新能源车，别让维修成为“短板”

十几万元的新能源车，修个大灯要6000元、换个后保险杠要4000元；燃油车维修保养企业到处可见，能修新能源汽车的企业却少得多；挂着维修新能源汽车的招牌，却缺少能修核心部件的工人……“维修贵”“维修不方便”成为不少新能源车主的烦恼。

公安部数据显示，截至2025年底，全国新能源汽车保有量突破4397万辆，占全国汽车总量的12.01%。与之形成对比的是，全国具备新能源汽车维修服务能力的企业仅2万到3万家。

新能源汽车维修服务供给为何跟不上？

专业维修服务供给不足

经过多年发展，新能源汽车已经从“小众选择”变为汽车市场的主力军。公安部数据显示，2025年新注册登记新能源汽车1293万辆，占新注册登记汽车数量的49.38%，与2024年相比增加168万辆，增长14.93%。

保有量增加的同时，早期的新能源汽车正在逐渐脱保，也就是超出厂家官方质保里程或期限。中汽信息科技（天津）有限公司行业发展研究部产业研究室工程师智云胜介绍，据测算，到2030年，我国大概有超过900万辆新能源汽车进入脱保期；2032年该规模或将突破2000万辆。海量脱保车辆的维修、养护需求，已成为新能源汽车后市场亟待解决的重要问题。

据了解，新能源汽车动力电池寿命通常在8到10年，如果电池质量较好、养护得当，10年以上不成问题。对于新能源车主来说，车开到第8年后，怎么办？

“质保期满后肯定是换车。修一辆车的钱，等于再买一辆车。”北京车主张女士说，她家的新能源车是2019年买的，打算今年换新车，“跟燃油车比，新能源车电费便宜、保养成本低，但维修的费用却高了很多。”

“买得起，修不起”“轻微剐蹭就动辄要花上千元维修”“充电省的钱都用来维修了”，有类似烦心事的新能源车主不在少数。业内人士介绍，轻微剐蹭时新能源车的维修成本大约是燃油车的2到2.5倍，涉及电池、电机维修的话，成本还会高出更多。

维修成本高，首先是因为供给跟不上。智云胜介绍，当前全国传统燃油车维修保养企业约40万家，但是具备新能源汽车维修服务能力的企业仅2万到3万家，市场供给存在明显不足。

更关键的是维修能力上的“短板”。智云胜介绍，目前真正具备“三电系统”维修能力的，约只占新能源维修企业数量的2%至3%。也就是说，多数挂着“新能源维修”招牌的店面，仅可开展换轮胎、做钣金、喷漆等基础业务，针对电池包、电机、电控系统等核心部件的专业维修服务供给严重不足。

中国汽车维修行业协会调查数据显示，目前只有约1/4的维修人员能够胜任电池检测和维修的工作，且其中多数仅能开展相对基础的检测和维护，真正能够对电池、电机、电控等数据作深度分析的少之又少，新能源汽车维修人才缺口远超预期。其中，新能源汽车售后服务领域人才缺口占比达八成。

技术体系变革导致人才缺口大

人才缺口大、具备服务能力的企业少，为何会出现这一现象？

业内人士分析，新能源汽车与燃油车相比，其结构和技术发生了根本性改变。汽车正从以发动机、变速箱为核心的机械架构，向以动力电池、电机、操作系统、芯片等为主的智能电气架构转变。整车核心零部件的变化，使汽车后市场相关的检测、维保、报废拆解及再利用等服务面临被重塑和颠覆的可能，传统燃油车的维修经验在新能源汽车上大部分已经“失灵”。

技术体系的变革，直接导致汽车后市场人才供给不足。智云胜分析，新能源汽车维修不同于燃油车维修，新能源汽车涉及高压电的安全操作、电池管理系统、车载软件诊断，横跨多个专业领域，维修技师需持证上岗，例如高压电工证考试难度大，部分人认为门槛过高而选择放弃。传统的师傅带徒弟模式，面对目前的维修问题，已经不再适用。

教育资源投入大、培养周期长，使相关人才供给速度难以跟上产业发展需求。据了解，建立新能源维修实训基地价格高昂，高压测试设备、智能诊断平台的价格是传统设备的几倍，这导致职业院校开设相关专业时面临投入大、门槛高的问题，因此数量有限。同时，新能源汽车技术迭代较快，课程体系需持续更新适配，加之培训周期较长，导致教育资源供给速度难以跟上产业发展节奏。

数据壁垒高、授权受限，这些问题导致许多第三方企业“不能修”也“不敢修”。智云胜介绍，新能源车的核心数据，如故障代码、行驶数据等基本被主机厂和电池厂家掌握，第三方维修机构难以获取，缺乏授权导致其在技术封锁下“不能修”。同时，部分品牌规定不在4S店或授权店维修可能失去终身质保，即使第三方具备维修能力，车主也面临失去质保的风险，维修业务因此难以流向第三方。此外，第三方企业还面临“不敢修”的困境。一方面，修理后车辆若发生事故，责任难以界定；另一方面，绕开企业数据封锁进行维修可能涉及数据安全问题，需承担法律责任。

多方协同破解困局

新能源汽车后市场潜力巨大。业内人士分析，目前全国新能源汽车保有量超过4397万辆，按年均维保2次、客单价1500元估算，对应的维保市场规模超过1300亿元。随着保有量的持续增长，这一市场将持续释放潜力。

巨大的市场潜力与当前薄弱的服务能力形成了鲜明反差。如何更好释放市场潜力？智云胜认为，需要政府、行业、企业、学校等多方共同努力。

政策层面应加大扶持力度。对于积极开展新能源汽车维修业务的企业，在其设备采购、员工培训等方面可给予一定比例的补助；在技能津贴、社会保险优惠、贷款支持等配套政策上，也可进一步予以倾斜。

深化校企协同育人机制。政府与行业组织应当积极搭建对接平台，促进学校与整车制造企业、电池生产企业、维修服务企业等产业链相关主体深入交流、强化协作。各方可共同参与人才培养，通过提供实践机会，帮助学生切实了解行业实际需求、面临的技术难题及所需技能，使其学习内容突破教材局限、紧密对接岗位要求。学生所学与岗位所需得以有效衔接，从而大幅缩短从毕业到正式上岗的适应周期。

鼓励技术与数据的开放共享。当前新能源汽车非安全类零部件维修困难，往往并非由于技术能力不足，而是由于相关维修信息获取受限。政府应在汽车后市场领域加强引导与监管，减少来自汽车企业的非必要限制，为具备相应技术能力的第三方维修机构创造公平参与竞争的环境。

今年4月，《新能源汽车废旧动力电池回收和综合利用管理暂行办法》正式施行，要求动力电池企业应当向相关新能源汽车生产企业、机动车维修企业等提供新能源汽车动力电池编码和必要的拆解技术信息；新能源汽车生产企业应当按照国家有关规定及时有效公开汽车维修技术信息。专家分析，这意味着第三方维修机构可获得新能源车的核心数据，“不能修”的问题有望得到改善。

售后服务体系能否跟上，直接影响着车主的用车体验。专家表示，只有多方共同努力让一辆车“用得久、卖得掉、修得起”，才能推动新能源汽车行业持续健康发展。

徐佩玉

家居企业密集出海拓新局

随着国内产业结构优化的推进，家居建材市场竞争日趋激烈，政府层面搭建出海服务平台，家居企业也主动抢抓海外市场机遇，加速布局全球市场。年初至今，家居建材行业出海热潮持续升温。中国海关总署发布的数据显示，今年1至2月，家具及其零件出口876.1亿元，同比增长22.1%。

近年来，东方雨虹积极推进“海外优先”发展战略，不久前审议通过了全资子公司收购世界五金塑胶厂（以下简称“世界五金”）100%股权的议案。东方雨虹相关工作人员表示，目前出海已成为公司重要战略举措之一，海外业务亦成为公司未来实现可持续增长的重要驱动力。公司收购世界五金，能够充分利用世界五金在香港市场的品牌力、渠道与销售优势，助力公司立足并拓展香港乃至东南亚管材市场，完善海外业务布局，促进海外业务发展，为持续推进公司的国际化进程打下基础。

匠心家居在投资者互动平台回应投资者提问时表示，柬埔寨建厂项目作为公司重要的战略布局，目前正按计划稳步推进，项目整体进度符合公司预期。该项目的推进，将进一步完善匠心家居的海外产能布局。

此外，科达制造、长虹美菱等企业的海外布局也在持续推进。数字商业创新顾问唐兴通表示，家居企业布局海外市场，是全球供需错位带来的市场红利。国内家居需求有天花板限制，出海是破局的很好选择。家居产品不是快消品，而是低频刚需，这意味着国内增长已经进入存量博弈阶段。出海不仅是寻找新市场，更是寻找新叙事。

家居企业加速推动出海并非偶然，而是政府引导与企业需求双向驱动的共同结果。近年来，各级政府相继出台扶持政策，搭建出海服务平台，为家居企业提供政策支持。湖南省商务厅、省财政厅、省贸促会联合发布《2026年“湘贸全球”重点境外展会目录》，将与家居行业相关的海外展会纳入重点支持项目，对参展企业给予多项补贴，降低企业出海参展成本。黑龙江省印发相关政策措施，对家居企业用于海外仓、物流设施建设的银行贷款利息给予最高80%的贴息支持。

业内人士表示，对政府而言，推动家居建材企业出海是落实国内国际双循环发展战略、推动产业升级的重要举措。同时也是培育行业新增长极、提升家居产业全球竞争力的关键布局。

对企业而言，出海布局是应对国内市场竞争加剧的必然选择。国家统计局发布的数据显示，2025年，家具制造业实现营业收入6125.10亿元，同比下降10.70%；实现利润总额328.10亿元，同比下降12.10%。从数据来看，国内家居行业市场竞争日趋激烈，企业亟须寻找新的增长突破口。

年报显示，东方雨虹2025年在其他国家或地区实现营收14.21亿元，同比增长62.13%。长虹美菱2025年国外市场实现营收113.41亿元，同比增长10.66%。长虹美菱表示，海外市场是公司重要战略布局方向之一，公司坚定推进国内国际双循环战略，积极布局海外市场。目前，公司产品已出口欧洲、拉美等多个国家和地区。

新设荟学谷联合创始人王建国表示，家居行业海外营收增长，符合消费市场现状。目前国内市场表现承压的家居企业，存在国内产品定位不精准、渠道布局有较大完善提升空间等问题，在未来出海过程中应着重规避。

尽管当下众多家居企业纷纷将目光投向海外市场并相继布局落子，但对于中国家居企业来说，想要在全球市场建立品牌认知，仍面临诸多考验。事实上，以往依托成本优势的代工模式，在如今追求个性化与服务体验的市场环境下已触及发展的天花板。2025年，中国家居企业正经历从全球产业链“幕后制造者”向“台前品牌商”的身份转变。

对于国内企业而言，出海仍面临诸多挑战，考验着企业的本地化运营与风险应对能力。首先是文化与消费习惯差异的挑战，不同国家和地区的消费者在审美偏好、使用需求、消费理念上存在显著差异，若企业未能适配本地化需求，易导致产品滞销。

事实上，除合规性壁垒外，中国家居品牌出海还面临文化差异、渠道壁垒等诸多困境。

唐兴通分析认为，对于出海企业而言，首先应坚持“本地化团队+数字化渠道”双轮驱动，既要懂文化差异，也要掌握跨境电商与社媒矩阵。其次，以设计为核心竞争力，不是简单地搬运国内款式，而是要“在地化设计+中国制造”。最后，用数字化供应链反向驱动品牌发展，通过“小批量、多款式、快速响应”，形成差异化优势。翟枫瑞

券商业绩向上、股价向下 市场为何不买账

A股上市公司2025年年报密集披露之下，虽然上市券商业绩集体报喜，开年以来的股价却表现不佳。同花顺iFinD数据显示，截至4月20日，在申万行业二级分类下的50家上市券商中，已有31家公司发布了2025年年报，29家公司报告期内营业总收入、归母净利润较上一年实现增长，但仅3家公司今年内股价实现收涨。

头部券商估值集体“打折”

上市券商去年业绩表现如何？iFinD数据显示，已披露2025年年报的上市券商中，仅西部证券、湘财股份2家上市券商营业总收入较上一年出现缩水，另外29家上市券商中有20家营收增幅超过20%，国联民生证券以185.99%的增幅领跑全行业，紧随其后的国泰海通增幅达到87.40%，增幅位居第三的中原证券为40.97%，中原证券、红塔证券等多家中小型券商营收增长迅猛。

具体来看，有17家券商营收破百亿元，中信证券以748.54亿元位居首位，光大证券、方正证券新晋“百亿俱乐部”，其余分别为国泰海通、华泰证券、广发证券、中金公司、中国银河、招商证券、申万宏源、国信证券、中信建投、东方财富、东方证券、国投资本、兴业证券、中泰证券。

归母净利润方面，31家上市券商均较上一年实现增长，其中，增幅超过20%的券商有28家，增幅位居前三的国联民生证券、湘财股份、国泰海通均实现翻倍增长，增幅分别为405.49%、325.15%、113.52%；17家营收破百亿元的券商中，归母净利润同样迈入“百亿俱乐部”的券商有8家。

业绩增长之下，券商板块市场表现持续走低。截至4月20日收盘时，仅第一创业、哈投股份、华林证券实现年内收涨，年内跌幅超10%的券商有21家，包括7家市值超千亿元的头部券商，分别为东方财富（14.00%）、国泰海通（17.75%）、华泰证券（19.52%）、中信建投（18.27%）、中国银河（18.71%）、国信证券（12.24%）、申万宏源（10.23%）。

从估值来看，券商板块估值自2025年以来持续处于低位。按照申万二级行业分类，证券板块50家公司在2025年初时的滚动市盈率（PE-TTM）为20.26倍，2025年3月14日达到最高点（22.60倍），随后持续下行，2025年末时仅为16.47倍，今年4月7日更是跌至2025年以来新低（13.88倍），目前估值虽小幅回升但仍处低位（14.71倍）。

券商行业的龙头也难以摆脱高业绩、低估值的行情。2025年营业收入、归母净利润均超百亿元的8家上市券商中，仅东方财富估值较高，报告期末滚动市盈率达到30.31倍，其他7家公司报告期末滚动市盈率在11.72倍至14.15倍之间，这8家上市券商的最新滚动市盈率均较报告期末出现下降。

业绩增长可持续性存疑

券商板块为何持续陷入低估值？多家券商在近期召开的业绩说明会上回应投资者提问，估值、股价、市值也频频成为提问的关键词。

中国银河党委书记、董事长王晟等高管回应称，证券板块整体承压，公司股价也出现阶段性波动，公司一直以来高度重视市值管理工作，将通过提升经营质效、保持稳定的利润分配政策、加强境内外投资者沟通、提高信息披露质量等多种举措，推动公司市值与内在价值长期协同增长。

“真正有诚意的（市值管理）计划，不是靠几页PPT。”南开大学金融发展研究院院长田利辉认为，有诚意的市值管理需具备三种实质：一要真金白银，明确回购金额占净利润比重及大股东增持承诺；二要精准施策，制定净资产收益率提升路径与资产优化方案；三要透明可信，建立季度披露机制并将管理层薪酬与目标挂钩。

“市场对券商股的结构性担忧，根子上是同质化竞争压制成长趋势。”田利辉分析，券商业绩向好的背后，主要受益于去年以来资本市场交投活跃度显著提升，其直接利好经纪业务、自营业务，政策环境优化也为投行业务带来增量，而估值折价反映的是市场对其盈利稳定性的不信任。

华南某大型券商人士表示，券商传统业务高度依赖市场的单边上涨或者大幅波动，随着行业平均佣金率持续大幅下滑、互联网券商低佣金策略加剧市场竞争，传统经纪业务的利润空间被持续压缩，业绩增长缺乏可持续性和成长性，券商也在加快业务转型。

券商估值修复还有多远？在田利辉看来，当前，券商板块净资产收益率回升至7.2%但市净率仅1.3倍，业绩与估值严重错配，“业绩兑现的确定性、政策红利的持续释放和估值错配格局重塑”这三重变量将驱动估值理性回归，建议券商以提升净资产收益率为锚、以整合协同为杠杆，从根本上改变“周期性强、成长性弱”的估值认知。

刘大江 许张超

“草根”逐梦、全民参与 “城超”为何密集上线

春深日暖，绿草如茵，足球在多地划出美妙弧线。

4月19日晚，在5万多名观众的呐喊声中，“闽超”打响揭幕战，创下福建省单场赛事观赛人数纪录；同一天，“楚超”首轮战罢，8场比赛29粒进球酣畅淋漓；“苏超”最近重燃战火，热度依旧……一场场接地气的城市足球联赛席卷大江南北。未来几天，“粤超”“宁超”“赣超”等赛事将陆续亮相，东北地区、湖南等地的“城超”也蓄势待发，将于五、六月间启幕。

今年的《政府工作报告》提出“积极发展赛事经济”。密集上线的“城超”为何成为赛事经济的抓手？这项“非职业”的足球赛事，究竟有何魅力？

“草根”始终是主角

身着蓝白球衣的中后卫持球刚过中场，起球吊向禁区，皮球落地反弹，越过守门员头顶后坠入网窝。2026浙江省城市足球联赛（“吴越杯”）首轮比赛中，宁波队队员高鹏以一记充满戏剧性的进球完成首秀。在4月17日对战嘉兴队的比赛中，他再度贡献极具威胁的攻门，可惜球击中了横梁。

39岁的高鹏是一家汽车零部件企业的员工，平时负责内饰研发。3轮战罢，宁波队暂居积分榜榜首，高鹏难掩激动：“这次能代表宁波出战‘吴越杯’非常荣幸，一定会在比赛中全力拼搏。”

报名“吴越杯”的619名球员中，无一现役职业选手。脱下球衣，他们或是穿梭于写字楼的上班族，或是忙碌于街巷的小店老板，或是奔跑在校园里的年轻学子。

放眼全国，“城超”赛场，“草根”始终是主角：打入“苏超”第100粒进球的淮安队队员戴虎，是村党支部书记，白天忙于村务，晚上驱车50公里参加训练；“闽超”平潭队的奚维君，平日经营一家民宿；“粤超”云浮队的梁俊杰是石材工人；“楚超”神农架队更是由高中生、返乡大学生、消防员、体育老师和民宿老板组成的“草根天团”……

在“楚超”首轮对阵黄冈队的比赛中，虽因实力悬殊告负，神农架队队员仍拼至最后一刻，赢得全场近2万名观众的掌声。对于这场“6万人对600万人”的对决，神农架林区文化和旅游局副局长张超说：“站上赛场、打出精气神就是胜利。”

坚持“草根”定位，是各地“城超”不约而同的选择。广东省足球协会主席谢昌晶表示，“粤超”联赛所有报名球员都是来自各行各业的普通足球爱好者，因对足球的共同热爱而集结，也将为家乡荣誉而奋力拼搏，真正诠释“因城而来，为城而战”的理念，打造一场纯“草根”的足球盛宴。

当“草根”球员以城市之名追逐梦想，足球的魅力与城市的风采，在汗水与呐喊声中愈发动人，全民健身的画卷也由此铺展。

全民聚焦的热度

球场上“草根”球星挥洒汗水，观众热情也被彻底点燃。

今年“苏超”上新，球市火热依旧。数据显示，新赛季“苏超”首个比赛日迎来“开门红”：常州、扬州、连云港、无锡4个主场共吸引12.4万余名观众入场，场均观赛人数超3.1万人，常州主场揭幕战更是单场超4万人。

从北京专程赶来观赛的陈女士感慨：“球员技术或许不算顶尖，但那种分秒必争、全力以赴的热爱，非常能感染人。”

“苏超”一票难求，“楚超”门票几分钟售罄，前不久落下帷幕的“琼超”吸引超30万人次现场观赛……与职业联赛的精英化不同，“城超”扎根民间，球员由业余爱好者组队“代言”城市，球迷群体迅速裂变，关注度随之飙升。

夜幕下的福州“闽江之心”茉莉大街，海丝广场灯光璀璨，“为榕城而战”的标语尤为醒目——这里是“闽超”揭幕战的“第二现场”。球迷们挥舞荧光棒，紧盯大屏幕，身着主队球衣的市民池志海携家人在此早早守候：“虽未抢到现场票，但和这么多球迷一同呐喊，氛围感拉满，比独自看直播‘燃’太多！”

呐喊助威不足以承载球迷热情，球迷的创造力更让赛事成为城市文化的“狂欢”。球迷们围绕各自城市密集“造梗”，赛前助威“喊话”妙趣横生，队名队徽设计引发热议：“川超”的自贡灯城燊龙队、乐山味道非常队，“楚超”的恩施小土豆队、潜江龙虾队，“吴越杯”参赛队伍徽章上的河姆渡文化牙雕、中国堂……本地人看了会心一笑，外地人好奇追问，城市文化在趣味符号中悄然传播。

全民聚焦的热度，亦成为培育球迷、凝聚力量的契机。山东省泰安市球迷协会工作人员蒋培国介绍，得益于“鲁超”带动，协会球迷人数从最初的几十人暴涨至如今的8000多人。“赛事极大激发了球迷热情，大家都为自己的家乡而呐喊。”

以赛引流 以赛兴旅

20元一张球票，串联起百项城市福利：免费打卡文化地标、吃住行享专属折扣……在“吴越杯”比赛现场，观众们纷纷感叹：“为一场比赛游一座城，太值了！”

“体育搭台，经济唱戏，全民共享”——多省份以低价球票激活“票根经济”，撬动文体旅商融合的“乘数”效应。

4月18日，“苏超”焦点战宿迁队对阵南京队的比赛打响，演员扮作“楚霸王”项羽，以精彩表演将主场气氛推向高潮；百公里外的南京上秦淮商圈“第二现场”同样火爆，近千名球迷与市民共同呐喊加油。现场美食、文创、科创市集前人潮涌动，一名餐饮摊主笑得合不拢嘴：“球迷边看球边撸串，氛围感爆棚，销售额比以前翻了两倍。”

遍布各地的“第二现场”与自发观赛活动，让城市与联赛共振，活力从场内蔓延至街头巷尾。

赛事聚光灯下，本土小微企业也获得更多亮相机会：“楚超”黄石赛区从106家报名企业中抽取20家授权合作，涵盖餐饮、零售、文创等领域；“苏超”运营方以低成本赞助费为本土小店提供百万元级曝光，烧烤摊、果业公司、机器人初创企业，得以与知名大企业并肩而立。

积极发展赛事经济，这个春天，各地以赛引流、以赛兴旅，推动群众体育与文化旅游深度融合。一场场“城超”在各地接连上演，文体旅商融合图景愈发鲜活，体育的经济活力与社会价值，在全民参与中迸发持久热力。

从“草根”逐梦的纯粹，到全民参与的狂欢，再到城市发展引擎，“城超”的密集上线，折射出中国足球文化的蓬勃生长与城市活力的多元释放。这片绿茵场上，没有职业赛事的星光璀璨，却因无数平凡人的热爱与拼搏，绽放出动人的光芒——这或许正是“城超”魅力之核，亦是城市足球联赛呈现燎原之势的深层密码。

康 朴 于尚波

65分钟“调”出和谐“加速度”

近日，泗阳县人民法院开发区法庭收到一起经济纠纷案件。这起长达五年之久的欠款纠纷，在短短65分钟内实现了从收案到结案的“加速度”，成为纠纷高效化解的生动注脚。

案件本身并不复杂，却承载着一段超过五年的友谊与债务纠结。原告贾某与被告李某本是多年好友，李某因做生意向贾某购买材料，累计欠款6万元，这欠款一拖就是五年。欠款时间久、情感裂痕深，若按常规诉讼程序推进，不仅耗时费力，更有可能让本就脆弱的友情彻底破裂。

开发区法庭将案件委派给特邀调解员葛以云与驻庭调解员刘备，他们迅速分工协作，形成高效配合。葛以云在基层工作中社会名望高、沟通协调能力强，便主动承担起联系原被告双方、协调到庭时间的工作。刘备则熟悉案情、打字速度快，负责梳理诉状内容并拟定调解协议。两人一前一后，配合默契，为快速化解该起民事纠纷打下坚实基础。

当天上午9:55，原被告双方当事人如约来到开发区法庭接受调解。在调解员耐心释法明理、情理并重引导下，双方逐渐放下对立情绪，回归理性沟通。从欠款事实的确认到还款方式的协商，再到协议条款的敲定，整个过程有条不紊。11:10，双方当事人在法庭签订了调解协议。

从开始调解到最终签字，前后仅用65分钟。一笔拖欠五年的货款、一段险些破裂的朋友情谊，在这一刻同时得到修复。

该起案件的成功调解，实现了民事纠纷的高效化解与当事人满意的双赢，充分体现了“特邀调解+驻院调解”模式的优势——既有社会力量的柔性介入，又有专业力量的规范支撑，调解真正达到了“案结、事了、人和”。

李素文 云飞扬

淮阴区徐溜镇财政和资产管理办加强资金管理

今年以来，淮安市淮阴区徐溜镇财政和资产管理办公室制定四项措施，加强财政资金管理。一是强化预算约束，维护财政预算的严肃性；二是按照“量入为出、量力而行”原则，确保行政事业单位正常运转；三是加强财政资金监督检查，做到资金运行到哪里，监督检查就延伸到哪里；四是杜绝浪费现象发生。

郑加猛

淮阴区淮高镇财政和资产管理办加强内控管理

今年以来，淮安市淮阴区淮高镇财政和资产管理办公室采取多项举措，切实加强内控管理，预防财政风险。一是强化队伍建设，切实增强干部队伍廉政意识、提高内控能力；二是强化内控管理，梳理业务流程，及时完善和排除制度漏洞和风险点；三是强化权力监督，切实做到分事行权、分岗设权、分级授权，规范权力运行；四是强化信息公开，广泛接受群众监督，确保内控制度有效落地。

刘 荣

淮阴区三树镇财政和资产管理办抓实党风廉政建设

今年以来，淮安市淮阴区三树镇财政和资产管理办公室抓细抓实党风廉政建设。一是加强学习，深化教育。通过组织观看廉政教育片等方式加强全员自身建设，不断增强财政干部廉洁意识。二是廉洁勤政，提质增效。结合各自本职工作，定期组织开展“回头看”工作，对重点岗位和重点业务进行不定时监督检查，提高工作水平。三是阳光操作，优化服务。全面公开各项服务制度、办事程序，主动接受群众监督，不断提高服务质量。

朱 林

遗失启事 今不慎遗失南京孚睿企业管理咨询有限公司2016年度至2025年度财务凭证，任何单位或个人持该遗失凭证办理任何相关事宜，均与本公司无关，本公司不承担任何经济、法律责任。

招租公告

厂房招租：江苏中烟工业有限责任公司南京卷烟厂位于梦都大街30号厂区内6697.84㎡厂房进行招租，土地性质为工业用地，可作办公经营场所使用。租金不低于115.48万元/年，租赁期限不超过2年，报名截止日：2026年5月2日。

联系人：郭先生 联系电话：025-69897327

要求：承租方不得擅自改变房屋主体结构，如根据自身生产需要对招租场所进行改造，需报南京卷烟厂审批，符合安全规范及企业其他要求，方可改造，并在租赁期满后恢复原状。

江苏中烟工业有限责任公司南京卷烟厂
2026年4月24日

苏州资产管理有限公司与周新玉债权转让暨债务催收联合公告

根据苏州资产管理有限公司与周新玉达成的债权转让安排，苏州资产管理有限公司将其对公告清单所列借款人及其担保人享有的主债权及借款合同、担保合同、抵债协议、还款协议和其他相关协议项下的全部权利，依法转让给周新玉。苏州资产管理有限公司特公告通知各借款人、担保人以及借款人、担保人因各种原因发生更名、改制、歇业、吊销营业执照或丧失民事主体资格等情况的相关承债主体或清算主体。

周新玉作为上述债权的受让方，现公告要求公告清单中所列包括但不限于债务人、担保人及其清算业务人等其他相关当事人，从公告之日起立即向周新玉履行主债权合同及担保合同约定的还本付息义务或相应的担保责任（若借款人、担保人因各种原因发生更名、改制、歇业、吊销营业执照或丧失民事主体资格等情形，请相关承债主体、清算主体代为履行义务或承担清算责任）。

特此公告。

苏州资产管理有限公司
周新玉
2026年4月24日

债权转让清单：

基准日：2025年10月31日 单位：万元

序号	债务人	本金余额	欠息金额	代垫费用	担保人
1	常州市金色新城菜市场有限公司	1,142.66	660.68	25.25	常州宝妍商贸有限公司、许国良、张留云
2	常州市玛纳国际贸易有限公司	440.71	113.04	27.44	常州市荣恒纺织有限公司、常州市皓飞时装有限公司、张杰、倪云霞
		500.00	109.66		
		400.00	89.87		
3	常州市永丰水产有限公司	456.02	103.68	13.87	常州市华光基础工程有限公司、常州市永丰水产专业合作社、段永焱、曾翠琴、段永乾、薛建芬